

E.5. El uso profesional de las redes sociales

Por **Natalia Arroyo-Vázquez**

6 noviembre 2008

Arroyo-Vázquez, Natalia. "El uso profesional de las redes sociales".
Anuario ThinkEPI 2009, EPI SCP, pp. 145-152.



Resumen: La popularidad de las redes sociales como Twitter, Facebook o YouTube ha llegado al ámbito de las bibliotecas y la documentación, cuyos profesionales, además de emplearlas como medio para contactar con sus usuarios, han encontrado también en ellas una forma de comunicarse entre sí. Estando presentes en ellas se vuelven más accesibles y estrechan sus lazos, volviéndose la comunicación más fluida, pero por otro lado plantean algunos inconvenientes y están siendo cuestionadas por aspectos como la privacidad y el control de los datos.

Palabras clave: Redes sociales, Sitios de redes sociales, Biblioteconomía y documentación, Profesionales.

Title: Professional use of social networks

Abstract: The popularity of social networks like Twitter, Facebook or YouTube has reached the area of libraries and documentation, where professionals are using them for contact with patrons and to communicate among themselves. On the one hand, by building a presence on social networks, professionals become more accessible, strengthen their relationships and improve communications. On the other hand, social networks are questioned because of privacy and data control.

Keywords: Social networks, Social network sites, Library science, Professionals.

1.Introducción

LOS SERVICIOS DE LA WEB SOCIAL pueden proyectarse en nuestra disciplina, al igual que en otros ámbitos, hacia los usuarios de nuestros servicios de información, pero también hacia los profesionales como medio para comunicarse entre ellos, intercambiar información, crear comunidades, etc.

Las redes sociales, como integrantes de la Web social, pueden también proyectarse en estos dos sentidos. El último de ellos, el enfoque profesional, será precisamente el objeto de los próximos párrafos.

Aunque una red social no es más que un conjunto de personas (u otros elementos) relacionadas entre sí, se ha popularizado el empleo del término "redes sociales" –empleo de forma un tanto ambigua e imprecisa a veces, por otra parte– para denominar a aquellos servicios web que permiten entre otras la posibilidad de crear un perfil más o menos completo y una red de contactos con los que comunicarse y compartir información y recursos.

Cada vez hay más productos de la Web social que incluyen esta posibilidad entre sus características. De ahí la actual popularidad de este término, que abarca servicios tan dispares como los

de compartir enlaces, fotografías o vídeos, como Flickr, YouTube, SlideShare o Delicious; servicios de microblogging como Twitter o Plurk (de hecho, una de sus grandes diferencias con respecto de sus hermanos mayores los blogs es la posibilidad de crear redes de contactos); de *lifestreaming* como Soupio; escritorios virtuales como Netvives; la propia red social de Google (empleada en varias de sus herramientas); o servicios específicos para crear redes sociales, como Ning.

Y, por supuesto, no debían faltar en este listado los sitios de redes sociales como Facebook, Tuenti, Hi5, MySpace, LinkedIn o Xing.

Hablaremos de sitios de redes sociales (SRS en adelante) para referirnos concretamente a aquellos servicios web cuyo objetivo original y principal es el de generar y ampliar nuestra red de contactos, mientras que en las redes sociales el objetivo primero puede ser otro cualquiera, como el almacenamiento de fotos, vídeos, etc.

A lo largo de su historia¹, los SRS han ido incluyendo algunos de los elementos que más se han popularizado, como la publicación de enlaces, imágenes y vídeos, el "estado" (que es una adaptación de la idea de los servicios de *Microblogging*), el etiquetado de imágenes, etc., incluso permiten integrar recursos procedentes de otros servicios, como las imágenes de Flickr o las entradas de Twitter, por citar algunos.



Plurk

“Los SRS tienden a convertirse en grandes plataformas desde las que poder hacer casi de todo para atraer al usuario y conseguir que pase más tiempo en ellas”

Se trata de un doble proceso: de homogeneización por un lado, que se da también en otras redes sociales y que les hace parecerse bastante a todas ellas –pues finalmente incluyen características muy similares– y de integración de servicios por otro lado. Así, por ejemplo, se puede ir al libro o Tuenti para ingresar en Flickr, YouTube o Twitter, por ejemplo, si queremos compartir fotografías o vídeos, contarles a nuestros contactos qué estamos haciendo, etc.

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

Los SRS tienden a convertirse en grandes plataformas desde las que poder hacer casi de todo para atraer al usuario y conseguir que pase más tiempo en ellas.

2. Los profesionales y las redes sociales

Las redes sociales constituyen verdaderas plataformas que hacen que sea más fácil crear y mantener contactos con quienes comunicarse, publicar y compartir recursos, crear comunidades o grupos de interés y mostrar nuestra identidad en la medida en que lo deseemos.

Algunas están centradas en áreas específicas, como YouTube o Delicious, cuyo objetivo primero es compartir vídeos y enlaces respectivamente, mientras que otras se han ido diversificando, como Flickr, que no hace mucho comenzó a admitir la subida de vídeos, o de

los citados SRS. Las redes sociales pueden ser empleadas por los profesionales de la información² con diferentes objetivos:

- Establecer redes de contactos profesionales. Gracias a las redes sociales estamos más conectados que nunca, sin necesidad de desplazarnos físicamente, y es más fácil establecer vínculos con otros colegas.

- Crear grupos de interés con los que de-

batar o compartir recursos. De esta forma se favorece el aprovechamiento de la inteligencia colectiva entre los profesionales y se generan dinámicas de colaboración que puedan extrapolarse a otros ámbitos.

- Crearnos una identidad como profesionales. Las redes sociales nos permiten darnos a conocer en el mercado laboral, pero también entre los compañeros.

- Difundir y compartir información, experiencias profesionales, invitaciones a eventos, celebración de efemérides, lecturas, ideas... Si queremos mantenernos informados sobre un área determinada, formar parte de la red de otros profesionales que comparten conocimientos, podremos ir a mantenernos al tanto de novedades.

- Publicar contenidos de interés, opiniones, etc.

- Como medio de comunicación con los profesionales. Las redes sociales incluyen sistemas de comunicación como mensajería o *chats*, y otros más informales como el “muro” o los comentarios, que pueden ser muy ágiles para intercambiar información sobre aspectos puntuales o si no queremos salir de la plataforma en cuestión. En estos sitios las formas de comunicación son muy flexibles y se fomenta su uso: es sencillo y rápido poder comentar una fotografía o escribir en el muro de alguien.

El resultado es una mayor accesibilidad de los profesionales³, que no sólo son más fáciles de localizar, sino que también disponen de más mecanismos para comunicarse entre ellos. Por lo tanto, éstos están más y mejor conectados e informados y los lazos se fortalecen con estas conexiones.

De esta forma se fomenta una idea de comunidad, como señala Margaix⁴, y se favorece la cultura de la colaboración. En definitiva, el resultado puede ser una profesión más conectada, más unida y más fuerte.

Las redes sociales llevan un tiempo siendo utilizadas con fines profesionales en nuestro país:

- A través del *microblogging*, bibliotecarios y documentalistas intercambian información profesional sobre noticias, artículos, lecturas, etc.

- *Flickr*, *YouTube*, y otras herramientas similares sirven para compartir imágenes sobre congresos, jornadas, encuentros, etc. (valga el ejemplo de *Sedic*, que sube las fotografías de los eventos que organiza a *Flickr*⁵).

- Existen redes en *Delicious* para compartir enlaces y recomendárselos a nuestros contactos.

- Cada vez es más frecuente subir las presentaciones de ponencias y comunicaciones a *SlideShare*, que se está convirtiendo en una valiosa fuente de información.

- En los sitios de redes sociales profesionales, podemos encontrar varios perfiles de bibliotecarios, documentalistas y gestores de información, y los sitios de redes sociales de carácter general cada vez encuentran más adeptos por su gratuidad y mejores prestaciones, así como por el efecto llamada de la gran masa: si mis contactos están allí, yo también.

En este sentido, parece que *Facebook* está atrayendo últimamente a profesionales que se congregan en grupos de interés como el formado por el Grupo *ThinkEPI*⁶ o *E-lis*⁷.

3. Problemática de las redes sociales

Pero también es verdad que las redes sociales no son perfectas. Hay inquietudes, dudas y algunas dudas, y están siendo cuestionadas (incluso en los medios de comunicación de masas) por aspectos como la privacidad o el control de datos por parte de los usuarios⁸ (¿por qué no puedo borrar mi perfil en *Facebook* cuando lo desee o reutilizar mis datos?).

“Ante la gran cantidad de redes sociales, ¿por cuál decidirme? Si utilizo una de ellas puedo perderme la actividad que se genera en otras”

Veamos para terminar algunos planteamientos al respecto que pueden afectar a los profesionales y que, sin duda alguna, dan para un largo debate.

En primer lugar las redes sociales suscitan miedo y no sólo entre los profesionales: miedo de algunos usuarios a mostrar información de uno mismo que pueda ser utilizada por terceros. Exis-

te un cierto temor a sentirse vigilado y, como consecuencia, algunos usuarios se niegan a ingresar sus datos total o parcialmente o lo hacen de forma anónima, empleando seudónimos o sin incluir apenas información. Esto viene ligado al tema de la privacidad: ¿hasta qué punto puedo incluir mi información personal en estos sitios salvaguardando mi privacidad?

Sin negar la existencia de una traba real, algunos problemas de este tipo pueden ser evitados con una exploración previa de las opciones y las cláusulas de privacidad que cada red social ofrece, tomando consciencia de las limitaciones que puedan tener y actuando en consecuencia.

Como señalaba **Margaix** recientemente⁴, otra de las cuestiones sobre la mesa es la mezcla de lo personal y lo profesional cuando se emplean redes sociales de carácter general como *YouTube* o *Facebook*: puedo emplearlos para comunicarme con los profesionales, pero también con individuos de mi círculo familiar o de amigos. **Margaix** apela a lo natural e indisoluble de esta mezcla, que se da en el ser humano.

Algunas soluciones para quienes encuentren más reparo pueden ser la creación de dos perfiles o centrarnos exclusivamente en incluir contenidos profesionales en nuestra actividad.

Paradójicamente, esa mezcla hace que las relaciones profesionales se vuelvan más humanas y desenfadadas, menos rígidas.

Y para finalizar, ante la gran cantidad de redes sociales, ¿por cuál decidirme? Si utilizo una de ellas puedo perderme la actividad que se genera en las otras. Si intento estar en todas ellas puede llevarme más tiempo del que estoy dispuesto a ceder...

Este fenómeno ha sido bautizado con la expresión “fatiga de redes sociales”, y las recomendaciones más razonables pasan por optar por aquellas redes en las que esté la gente que nos pueda interesar o que sean las más utilizadas por la comunidad profesional.

4. Referencias

1. **Boyd, Danah M.; Ellison, Nicole B.** “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, octubre 2007, v. 13, n. 1, art. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
2. **Arroyo-Vázquez, Natalia.** “Bibliotecas públicas y sitios de redes sociales, ¿una cuestión de visibilidad?”. *IV Congreso Nacional de Bibliotecas Públicas*, A Coruña, 24 al 26 de septiembre 2008, pp. 285-299. http://eprints.rclis.org/archive/00014815/01/Arroyo_IVCongresoBP.pdf
3. **King, David L.** “The Future is Not Out of Reach: trends, Transformations & Accessibility”. *Jornada Acercamiento profesional a la web social: experiencias*

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

Grupo Thinkepi en Facebook

de bibliotecas 2.0 y formación en nuevas herramientas, Madrid, 29 de septiembre 2008.

<http://www.slideshare.net/davidleeking/the-future-is-not-out-of-reach-trends-transformations-and-accessibility-presentation/>

4. **Margaix-Arnal, Dídac**. "Herramientas 2.0 para bibliotecas especializadas". IV Encuentros de Centros de Documentación de Arte Contemporáneo, Vitoria, 22 y 23 de octubre 2008. <http://www.slideshare.net/dmargaix/artium-compartir-presentation/>

5. <http://www.flickr.com/photos/sedici/>

6. <http://www.facebook.com/group.php?gid=29056868045>

7. <http://www.facebook.com/group.php?gid=5514259572>

8. **Arroyo-Vázquez, Natalia**. "Problemática de las redes sociales, ¿hacia dónde vamos?". Comunidad de prácticas "Web social para profesionales de la información", 11 junio 2008. <http://comunidad20.sedic.es/?p=182>

......*

Ventajas e inconvenientes de las redes sociales

Por **Javier Guallar**

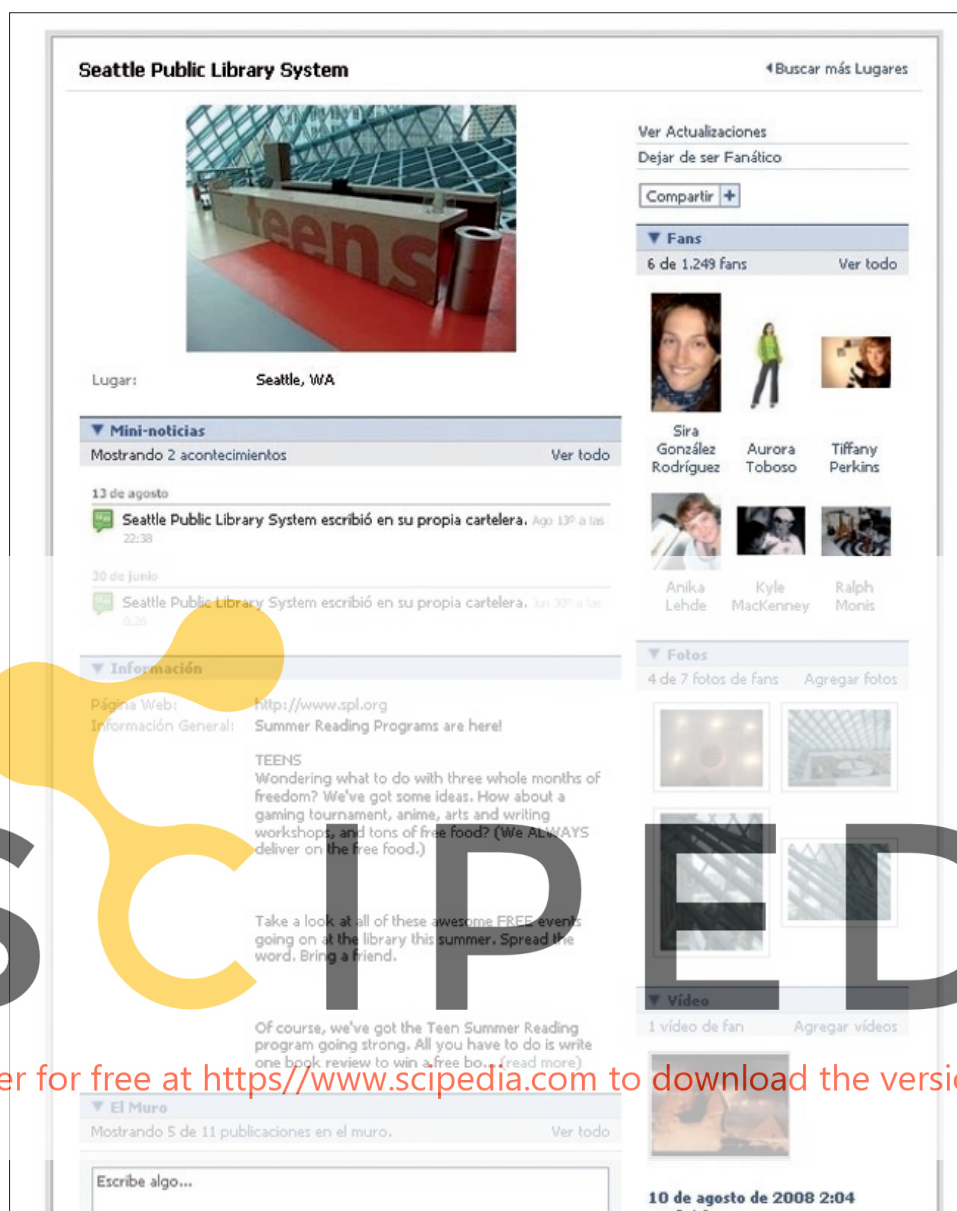
Al hilo de la interesante nota *ThinkEPI* de **Natalia Arroyo**, comento algunas cosas que he

leído estos últimos días sobre redes sociales, sin duda un tema "de moda".

A medida que se va extendiendo el uso de los denominados sitios de redes sociales (SRS), se van abriendo nuevas posibilidades, pero también no sólo sus posibilidades sino también algunas problemáticas que presentan.

Los aspectos positivos de los SRS los conocemos. **Arroyo** enumera en esa nota varias posibilidades que nos ofrecen a los profesionales de la información. **Dídac Margaix**, en el número de EPI dedicado a redes sociales, da una serie de pautas para bibliotecas para la creación de páginas en Facebook¹. **Margaix** señala que sobretodo se trata de "estar ahí", ya que ahí están los usuarios. Hoy mismo la directora de la biblioteca de la *Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona*, **Conxa Álvarez**, anuncia en *Iwetel* la creación de la página Facebook de su biblioteca².

Pero conviene también reflexionar sobre algunos puntos débiles de estos sitios. El miedo y las dudas referentes al tratamiento y la invasión de nuestra privacidad son ya un lugar común. Véase el artículo de *El País* de **Mercè Molist**³. Otras limitaciones de los SRS se han señalado estos días en el grupo de la revista EPI en Facebook⁴: **Fernanda Peset** ha planteado cómo darse de baja de estos sitios así como el problema de hasta qué punto la publicación de contenidos de



Seattle Public Library en Facebook

interés en los grupos en Facebook sean invisibles a los motores de búsqueda: "¿estamos alimentando una nueva internet invisible"? Sobre este aspecto también esta semana se está debatiendo en el blog de **Javier Leiva**, *Catorze*, con opiniones diversas⁵.

Por último, en el antes citado EPI de redes sociales, **Juan Freire**, aunque comenta también algunas ventajas de los SRS, acaba realizando un profundo análisis crítico de estos sitios. Señala los diferentes tipos de "simplificación de la realidad" que comportan, y recomienda una "combinación 'a medida' de herramientas de la Web 2.0" antes que utilizar el modelo Facebook⁶.

El debate sobre estos temas no ha hecho más que empezar. Y la permanencia a medio y largo plazo de estos sistemas es algo que –como dice **Freire**– en estos momentos no se puede prever.

Referencias

1. **Margaix-Arnal, Dídac**. "Las bibliotecas universitarias y Facebook: cómo y por qué estar presentes". *El profesional de la información*, 2008, noviembre-diciembre, v. 17, n. 6, pp. 589-602.
2. <http://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A2=ind0811a&L=iwetel&D=1&T=0&O=D&P=13515>
3. **Molist, Mercè**. "Cómo vivir sin riesgo en la red social". *El País*, 6 de noviembre de 2008. http://www.elpais.com/articulo/portada/vivir/riesgo/red/social/lepeputec/20081106elpcibpor_1/Tes
4. <http://www.facebook.com/group.php?gid=36050316757>
5. **Leiva, Javier**. "Redes sociales e internet invisible". *Catorze.com*, 4 de noviembre de 2008. <http://www.catorze.com/esp/redes-sociales-e-internet-invisible>

6. Freire, Juan. "Redes sociales: ¿modelos organizativos o servicios digitales?". *El profesional de la información*, 2008, v. 17, n. 6, noviembre-diciembre, pp. 585-588.

Los sitios de redes sociales como fuentes para la recolección de datos de uso empresarial en la biblioteca

Por **Fernando Juárez**

Creo que debemos distinguir dos vertientes en el uso de los SRS: la personal/profesional y la profesional/institucional.

Respecto a esta última: ¿debe fomentar la biblioteca la recolección de datos para una empresa privada?

Cuando un usuario se acerca a un mostrador para realizar un préstamo, no podemos decirle, aunque el propio interesado así nos lo solicite, si ha leído tal o cual libro; y no podemos decírselo porque hay unas leyes que protegen la privacidad de las personas; no, no está permitido hacer un seguimiento de las lecturas, gustos, preferencias de nuestros usuarios; información "sensible" que lo mismo puede emplearse para asesorar a nuestros usuarios, para venderles un producto o para controlar su tendencia política, religiosa, social...

"Debemos distinguir dos vertientes en el uso de los SRS: la personal/profesional y la profesional/institucional"

No voy a negar la importancia de los SRS (y menos ahora, que si no perteneces a una te encuentras fuera de juego...) pero creo que, tal y como están planteadas, no son una herramienta "limpia" para las bibliotecas.

Cuando un usuario se acerca a la biblioteca no podemos preguntarle si quiere ser amigo nuestro: de facto todos son (deben ser) amigos. ¿Qué sucede con ese usuario que no desea hacerse amigo de la biblioteca; ¿se convierte en un usuario de segunda?

Creo que actualmente disponemos de canales para "conversar" con nuestros usuarios, para ofrecerles contenidos informativos de calidad sin necesidad de "exigirles" que se hagan amigos de su biblioteca utilizando una herramienta que, eso sí, nos advierte de que todos nuestros datos serán utilizados para poder "funcionar".

Análisis de necesidades en el uso de sitios de redes sociales

Por **Miguel Ángel del Prado**

La diferenciación que hace **Fernando Juárez** entre los usos de los servicios de redes sociales en el ámbito personal/profesional y profesional/institucional me parece muy inteligente y necesaria.

Y partiendo de esa diferenciación, las ventajas del uso de las redes sociales en el ámbito profesional/institucional no las veo tan claras, o al menos tan generalizables.

Al parecer, partimos de un presupuesto: nuestras unidades de información (bibliotecas, centros de documentación...) tienen que estar en las redes sociales como *Facebook* por que es allí donde se encuentran nuestros usuarios.

Esta afirmación, que posiblemente sea cierta en el caso de las bibliotecas universitarias o para un segmento de usuarios muy importante de las bibliotecas públicas, ¿se puede mantener para otro tipo de instituciones?

Antes de embarcarnos en un proyecto que nos va a consumir parte de nuestros escasos recursos, fundamentalmente en tiempo, previamente debemos saber:

- Si nuestros usuarios utilizan las redes sociales.
- Si el nuevo servicio está demandado y/o es necesario para "nuestros" usuarios.
- Si la comunidad de usuarios a la que nos dirigimos está lo suficientemente madura como para aceptar y utilizar este nuevo servicio.

Herramientas sociales en la biblioteca

Por **Oskar Calvo**

Realmente las herramientas sociales pueden usarse para hacer muchas cosas, desde poner en contacto a personas para llevar a cabo proyectos en común (*Xing* es un referente en este aspecto), a simplemente informar de las actividades que se están llevando a cabo, como las acciones llevadas a cabo por la *Biblioteca de Muskiz*, por ejemplo, "agregar" nuestro *rss* o nuestro *blog* u otra herramienta de la institución para informar de actividades, *chat* para hablar con usuarios, servicio de alojamiento de fotografías, archivos para que se puedan recuperar, etc.

Efectivamente hay que ver si hay que realizar el esfuerzo de estar en las plataformas que ya existen, o construir una herramienta que ofrezca eso a los usuarios sin la necesidad de condicionarlos a utilizar una u otra plataforma. Está claro que cada uno utilizará una posibilidad u otra en función de lo que necesite, lo que requiera, lo que le ofrezca, o simplemente el tiempo que tenga.

Por otro lado **Arroyo** no hace mención a las comunidades que se están construyendo en torno a mundos virtuales, en los cuales los *Morpgs* son el mejor ejemplo. Las comunidades que existen en torno a los canales de IRC, con apoyo de entorno web. O simplemente las comunidades que existen gracias a listas de correo electrónico.

La Web está de moda porque es vistosa y evoluciona rápidamente, pero lo cierto es que internet nació como una comunidad de profesionales (universidades que querían compartir información), y como tal evoluciona dando respuesta a los diferentes usuarios que la utilizan.

Uso de Tuenti en la Universidad de Sevilla

Por Nieves González

Por nuestra experiencia en la *Biblioteca de la Universidad de Sevilla*, os puedo contar que tenemos perfiles en *Facebook* y en *Tuenti* y que cada red sirve para lo que sirve. Y que eso es algo que no debe olvidarse. Es un error generalizar sobre las redes sociales, porque cada una tiene su público y sus reglas de juego. Y tampoco debemos olvidar que estamos saliendo de nuestros espacios controlados para salir al mundo virtual donde lógicamente no controlamos casi nada, convivimos con el mundo lo mismo que cuando abrimos bibliopiscinas o montamos un servicio de referencia en la cafetería.

El papel de la biblioteca es estar al tanto de las posibilidades de *http://www.scipedia.com*, y también en las redes sociales (y conocer los riesgos a los que nos exponemos, **Fernando**), con el fin de que la biblioteca cumpla sus fines.

“Es un error generalizar sobre las redes sociales, porque cada una tiene su público y sus reglas de juego”

Por ejemplo, en *Facebook* tenemos 106 amigos y puedo asegurar que la mayoría son profesionales, aunque el número de los miembros de nuestra comunidad universitaria también está aumentando. Esto condiciona el tipo de información que ponemos y el uso que hacemos de esta red.

Sin embargo en *Tuenti* nuestros amigos pertenecen a nuestra comunidad, sobre todo al alumnado. Según datos de abril de 2008, había más de 34.000 perfiles de estudiantes de la *Universidad de Sevilla*, lo que puede suponer más de la mitad de los alumnos matriculados.

<http://tinyurl.com/58uwcs>

Y, ¿qué utilidad le sacamos? En estos momentos estamos anunciando la encuesta de satisfacción de usuarios de la biblioteca, con un lenguaje más directo e informal que el de la página web de la biblioteca y enviando invitaciones de amistad a los alumnos para que entren en la página y rellenen la encuesta.

<http://bib.us.es/>

En cuatro días el perfil ha recibido 1.000 visitas y tenemos ya más de 400 amigos. Y por supuesto, el número de encuestas se ha disparado, aunque no quiere esto decir que solo se lo debamos a las redes sociales, al menos no sólo a *Tuenti*.

Los sitios de redes sociales para la biblioteca: una herramienta de acercamiento a los usuarios a su disposición

Por Natalia Arroyo-Vázquez

Aunque el tema de la nota objeto de debate era, como se señala en el primer párrafo, más bien el uso de las redes sociales para el intercambio profesional (estupenda la ampliación de **Javier Guallar** en este sentido), mientras que algunas de las respuestas están enfocadas al uso centrado en el usuario, no por ello dejan de ser interesantes e igualmente enriquecedoras.

Sin duda alguna, existen multitud de comunidades más en nuestro ámbito profesional, pero he preferido ceñirme a las redes sociales (entendiendo a la red que sirve como hilo conductor de la nota), por tratarse de un tema novedoso en nuestra profesión y sobre el que he trabajado más.

Desde mi punto de vista la cuestión no es si la biblioteca debe fomentar la recolección de información por parte de empresas privadas, sino más bien si puede y quiere (creo que se trata de una elección, de una posibilidad) aprovechar esa herramienta para acercarse a los usuarios que están allí.

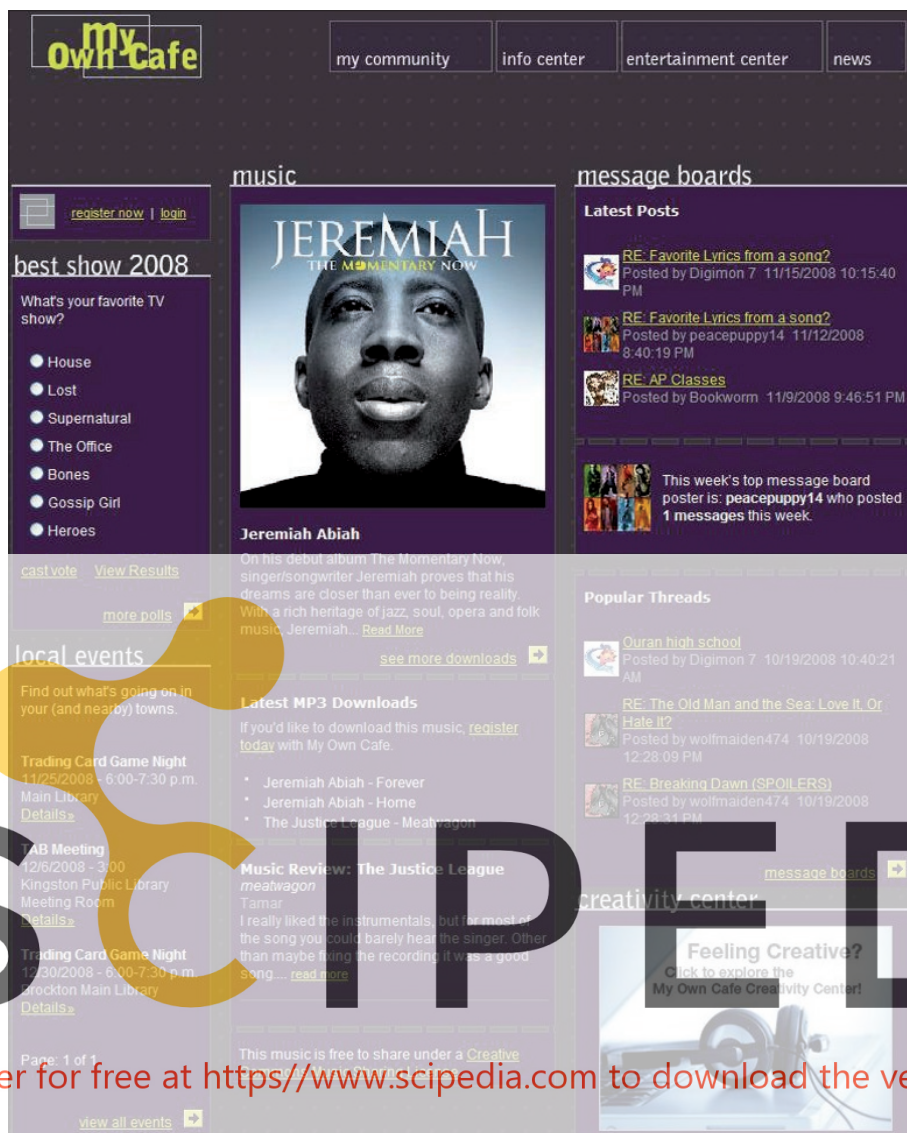
Los usuarios de las redes sociales aceptan libremente (otra cosa es su grado de consciencia) ceder parte de los derechos sobre sus contenidos y de su privacidad: si no quieres que nadie se entere de tu vida personal, no lo cuentes.

En su papel alfabetizador, la biblioteca lo que puede y debe hacer es advertir e informar sobre los peligros que pueden entrañar los SRS. Una solución es, como señala **Oskar Calvo**, crear redes sociales en el web de la biblioteca, como *MyOwnCafe*, la iniciativa del *Southeastern Massachusetts Library System*.

<http://www.myowncafe.org/>

En todo caso, pienso que se trata de tomar una decisión propia una vez valorado si nos merece la pena ceder parte de control, como señala

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark



My own cafe

Nieves González, a favor de una mayor y más cercana comunicación con parte de nuestros usuarios.

Por otro lado, el empleo de los SRS parece ser más común entre los más jóvenes, por lo tanto es más probable que la mayor parte de los contactos de la biblioteca en ellos sean jóvenes. Pero eso no significa que quienes no las utilicen sean usuarios de segunda: si creamos un club de lectura de cómics en nuestra biblioteca, probablemente los asistentes también serán jóvenes y adolescentes, pero eso no quiere decir que el resto de nuestros usuarios no nos

interese, sino simplemente que no podemos ofrecer los mismos servicios a todos, puesto que sus intereses no son los mismos y debemos adaptarnos a ellos.

Sin duda alguna, y como señala **Miguel Ángel del Prado**, tenemos que estudiar la situación antes de emplear nuestros esfuerzos en cualquier dirección.

Rendimiento en las redes sociales

Por Oskar Calvo

Aunque ni las redes sociales (ni las redes sociales de profesionales) son nuevas, sí es verdad que han sido impulsadas de forma muy importante por las empresas privadas que buscan tener más y más usuarios para conseguir más y más inversores.

Creo que hay que hacer un poco de minería o estudios estadísticos para ver el uso real de las mismas. Su rendimiento, y cómo estas nuevas redes sociales (o no) devuelven algo provechoso. Ya que una cosa es tener muchos usuarios apuntados a un grupo,

a una red, etc., y otra muy diferente que de ello se desprenda algo.

Un ejemplo: de los diferentes grupos de *Xing* en los que estoy apuntado, la mayoría de ellos están muy parados, por no decir muertos. Lo mismo podría decir de algunos grupos de *Facebook*.

Es algo a analizar: por una parte el hecho de que haya muchos usuarios, lo cual es bueno para estos sitios porque pueden vender estos datos. Y por otro lado, cómo justifica una entidad que no vive de la publicidad (como puede ser una biblioteca), tener x usuarios.